**DAFTAR ISI**

**ABSTRAK** i

***ABSTRACT*** ii

**KATA PENGANTAR**  iii

**DAFTAR ISI** v

**DAFTAR TABEL** viii

**DAFTAR GAMBAR** ix

**BAB I PENDAHULUAN** 1

* 1. Latar Belakang Masalah 1

1.2 Identifikasi Masalah 5

1.3 Batasan Masalah 5

1.4 Rumusan Masalah 6

1.5 Tujuan Penelitian 6

1.6 Manfaat Penelitian 6

1.7 Anggapan Dasar 8

**BAB II TINJAUAN PUSTAKA** 9

* 1. Produk Cacat 9
     1. Pengertian Produk Cacat 9
     2. Jenis-jenis Produk Cacat 10
     3. Faktor Penyebab Produk Cacat 11
     4. Perlakuan Akuntansi Terhadap Produk Cacat 11
  2. Produk Rusak 12
     1. Pengertian Produk Rusak 12
     2. Faktor-faktor Penyebab Terjadinya Produk Rusak 13
     3. Perlakuan Akuntansi Untuk Produk Rusak 14
  3. Tingkat Penjualan (Volume Penjualan) 15
     1. Pengertian Volume Penjualan 15
     2. Usaha Untuk Meningkatkan Volume Penjualan 16
     3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Volume Penjualan 16
     4. Indikator Volume Penjualan 18
  4. Penelitian Terdahulu 18
  5. Kerangka Berfikir............................................................. 20

**BAB III METODE PENELITIAN** 22

* 1. Jenis dan Sifat Penelitian 22
  2. Lokasi Dan Waktu Penelitian 23
     1. Lokasi Penelitian 23
     2. Waktu 23
  3. Subjek dan Objek Penelitian 23
     1. Subjek Penelitian 23
     2. Objek Penelitian 24
  4. Sumber Data 24
  5. Teknik Pengumpulan Data 25
  6. Teknik Analisis Data 27

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN** 30

* 1. Hasil Penelitian 30
     1. Gambaran Umum Objek Penelitian 30
     2. Analisis *Stakeholder* 41
     3. *Problem* Analisis 47
     4. *Objective* Analisis 50
     5. *Project Frame (Log Frame)* 55
     6. Analisis Matriks 57
  2. Pembahasan 60

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN** 62

* 1. Kesimpulan 62
  2. Saran 63

**DAFTAR PUSTAKA** 64

**LAMPIRAN**

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Hasil Produksi 2019 PT. New Sari Pati 3

Tabel 1.2 Total Produksi, Total Produk Rusak dan Cacat dan Sisa Produk pada tahun 2019 4

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 19

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian 23

Tabel 4.1 Laporan Produksi dan Produk Rusak/Cacat 45

Tabel 4.2 Persentase Produk Cacat 56

Tabel 4.3 Matriks Hasil Analisa 58

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran 21

Gambar 3.1 Tahap Analisis Produk Cacat dan Rusak Terhadap Penjualan 29

Gambar 4.1 Struktur Organisasi 33

Gambar 4.2 Grafik Tingkat Kecacatan dan Kerusakan Produk 46

Gambar 4.3 Diagram Sebab-Akibat 48